

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Penelitian ini berfokus kepada motif kalangan remaja di Surabaya untuk mendengarkan program pada radio. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification Theory*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling cocok untuk memenuhi kebutuhannya (Romli, 2016:51). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan oleh media pada diri orang, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media.

Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Istilah *uses and gratification* atau penggunaan dan pemenuhan kebutuhan, dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi berguna, bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif, bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu, Jalaluddin Rakhmat (dalam Romli, 2016:51). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi (Romli, 2016:51).

Motif tercipta karena adanya kebutuhan dari diri manusia. Empat kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media adalah kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal dan kebutuhan pelepasan ketegangan (Nurudin, 2015:194).

Dalam Ilmu Komunikasi dikenal sejumlah saluran komunikasi, yaitu bagaimana orang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Upaya manusia untuk menyampaikan pesan ini secara garis

besar terbagi atas dua, yaitu komunikasi tanpa media yaitu secara langsung (tatap muka) dan komunikasi dengan media. Salah satu saluran komunikasi melalui media massa yaitu, radio (Morissan, 2015:12). Peneliti memilih radio untuk diteliti, karena radio memiliki daya langsung untuk mencapai pendengarnya. Hanya dengan menyampaikan ide pada kertas dan membacakannya langsung didepan corong radio dan pelaksanaanya berlangsung dengan mudah dan cepat (Effendy, 1978:80). Tingkat persaingan stasiun radio cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiensnya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio. Hal ini pada akhirnya menentukan format stasiun penyiaran yang harus dipilih (Morissan, 2015:230).

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran pendengar secara spesifik, agar dapat bersaing dengan media massa lainnya. Format siaran dapat ditentukan melalui aspek demografis (umur, jenis kelamin, profesi) hingga geografi. Terdapat beberapa format siaran pada stasiun radio yaitu radio anak-anak, remaja, muda, dewasa dan tua (Morissan, 2015:231).

Beberapa siaran radio di Surabaya yang menggunakan segmentasi remaja adalah Prambors, M Radio, EBS FM dan Jeje Radio. Prambors memiliki program *Desta & Gina in the Morning* yang menyiarkan berita atau cerita, *Sunset Trip* dan *DJ Show* yang menyiarkan lagu-lagu hits disertai dengan info sekitar kehidupan kawula muda ([www.pramborsfm.com/programs/](http://www.pramborsfm.com/programs/)). Jika, M Radio membagi programnya menjadi dua yaitu *Daily Program* dan *Weekend Program* yang menyiarkan lagu-lagu Indonesia ([www.mradiofm.com/about](http://www.mradiofm.com/about)). EBS FM juga membagi

programnya menjadi dua yaitu Daily Program (Zona SKJ, Zona Active, Daily Date, Brizzik Time, Zona Request, Zona Kamu, Kompak dan Base Camp) dan Weekly Program (Diary Kamu dan BreakFash Show) yang menyiarkan musik Indonesia, curhatan, komunitas penghobi dan anak kreatif dan lain-lain ([www.ebsfm.com/program](http://www.ebsfm.com/program)). Dan Jeje Radio memiliki program Jogging Pagi, [Jalan-Jalan Sore \(JJS\)](#) dan Nonstop Music Malam ([www.jejeradio.com](http://www.jejeradio.com)).

Peneliti memilih Jeje Radio sebagai radio yang akan diteliti. Alasan peneliti memilih Jeje Radio, meskipun radio ini berada pada peringkat ke-15 diantara radio-radio lain di Surabaya, tetapi radio ini memiliki program yang berbeda dari radio-radio lainnya. Jeje Radio yang saat ini adalah transformasi dari JJ FM yang berdiri sejak 14 tahun lalu. Dulu JJ FM berorientasi pada segmen dewasa produktif dengan fokus terhadap informasi bisnis, usaha dan pengembangan enterpreneur. Hingga pada tahun 2012, JJ FM melihat bahwa pasar orang muda semakin menunjukkan loyalitasnya seiring perkembangan teknologi, dan industri kreatif di Surabaya, maka JJ ingin melebarkan segmentasi pendengar dengan melakukan perubahan pada hampir seluruh sistem baik manajemen dan program. Jadilah JJ FM berubah nama menjadi Jeje Radio tanpa menggeser posisi frekuensi. Saat ini Jeje Radio dengan strategi marketing komunikasi pendekatan onair dan offair re-branding berhasil *head to head* dengan radio-radio orang muda yang sudah lebih dulu menguasai pasar (Profil Jeje Radio).

Saat ini Jeje Radio telah menguasai posisi yang bagus terutama terkait TSL (Time Spend Listening) yang diluangkan oleh temen Jeje berdasarkan hasil survey lembaga swasta di Indonesia. Tagline Jeje Radio sesuai dengan karakter orang muda yang dinamis, maka Jeje menggunakan tagline disesuaikan dengan misi yang setiap tahun berbeda. Tahun 2012 -

2013 Jeje Radio memakai tag line: “Jeje Radio dimana mana”, 2014: “Hitsnya Surabaya”, 2015: “Lebih Hits”, dan untuk tahun 2016 Jeje Radio menggunakan tagline: Creatively Hits. Jeje saat ini hanya memutar musik dan lagu hits, dengan komposisi 30 lagu Indonesia dan 70 lagu barat hits. Satu hal yang membedakan Jeje Radio dengan radio lainnya di Surabaya adalah dengan segmentasi sama, Jeje Radio punya program reguler hits news yang memberikan informasi fresh terupdate per 30 menit (Profil Jeje Radio).

Dari beberapa program yang terdapat pada Jeje Radio, peneliti memilih program Jalan-Jalan Sore (JJS) untuk diteliti. Jalan-Jalan Sore (JJS) adalah salah satu program di Jeje Radio Surabaya. Program ini menyiarkan kabar entertainment, interview artis, tips-tips dan lagu-lagu populer. Jalan-Jalan Sore (JJS) juga merupakan program yang berbeda dibandingkan dengan program-program yang ada pada beberapa radio bersegmentasi remaja atau anak muda di Surabaya. Program ini menyiarkan mengenai tempat-tempat “*hits*” di Surabaya. Selain itu, pendengar JJS dapat mengikuti siaran dan jalan-jalan bersama para penyiar Jeje Radio. Tempat yang pernah di datangi oleh program ini seperti, kafe Heerlijk Gelato Surabaya. Temen Jeje dapat mengetahui kapan dan dimana siaran berlangsung, melalui grup line atau ketika mendengarkan Jeje Radio Surabaya. Jalan-jalan sore *on-air* setiap hari Senin-Jumat pukul 16.00-19.00.

Temen Jeje yang merupakan sebutan dari pendengar Jeje Radio, meluangkan waktunya selama dua jam per hari untuk mendengarkan program Jalan-Jalan Sore pada Jeje Radio untuk mengetahui tempat hits di Surabaya (Efrianny, Mahasiswa, 25). Pendengar Jeje Radio juga dapat berinteraksi langsung dengan penyiar, saat Jeje Radio melakukan siaran di salah satu tempat “*hits*” di Surabaya (Nurul Hidayati, Mahasiswa, 22).

Selain itu, temen Jeje dapat “*request*” lagu melalui sms, telepon, Twitter maupun LINE (Jessica, Pelajar, 16).

Data pendengar program Jalan-jalan sore (JJS) pada Jeje Radio dalam satu tahun diperbaharui pada bulan Maret 2016 adalah 2672 untuk pendengar pada satu tahun terakhir, 243 pendengar per bulannya, 85 pendengar *by sms* per bulannya, dan 158 pendengar *by sosial media* per bulannya. Pendengar Jeje Radio dibagi berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki 41% dan perempuan 59%. Pendengar remaja Jeje Radio adalah 37% (*Research and Development* 105,1 Jeje Radio Surabaya). Total pendengar Jeje Radio pada Maret 2017 adalah 111 juta pendengar. Kini, Jeje Radio berada di posisi 15 di Radio *Greater* Surabaya (*Research and Development* 105,1 Jeje Radio Surabaya).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih remaja Surabaya pendengar program Jalan-Jalan Sore (JJS) pada Jeje Radio usia 12-25 tahun sebagai responden. Alasan peneliti memilih remaja usia 12-25 tahun sebagai responden, terkait dengan data pendengar Jeje Radio Surabaya yaitu dari SMP (Sekolah Menengah Pertama) hingga Sarjana.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Nanda Riza Dania (2015) dengan judul “Motif Masyarakat Surabaya dalam Mendengarkan Program Radio *Good Morning Hard Rockers 89.7 FM*”, penelitian ini berfokus mengkaji tentang bagaimana motif masyarakat Surabaya dalam mendengarkan program *Good Morning* radio *Hard Rockers* untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal hiburan.

Berdasarkan penjabaran ini, peneliti ingin mengetahui motif pendengar remaja Jeje Radio Surabaya mengenai program Jalan-Jalan Sore. Keaktifan pendengar Jalan-Jalan Sore dalam mengikuti siaran secara langsung inilah, yang menjadi keunikan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan

metode survei. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai motif dari remaja dalam mendengarkan radio.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- Apa motif remaja Surabaya pendengar Jeje Radio mengenai program “Jalan-Jalan Sore” (JJS)?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dari remaja Surabaya pendengar program Jalan-Jalan Sore di Jeje Radio.

### **1.4. Batasan Masalah**

Berdasarkan tujuan dari penelitian, subjek penelitian ini adalah remaja Surabaya pendengar program “Jalan-Jalan Sore” pada Jeje Radio yang berusia 12-21 tahun, sedangkan objek penelitian ini adalah motif pendengar program Jalan-Jalan Sore. Metode yang digunakan adalah survey.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah, manfaat dari penelitian ini adalah :

- Manfaat Teoritis : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian ilmu komunikasi pada konsentrasi media.
- Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat mengetahui motif dari remaja Surabaya pendengar Jeje Radio mengenai program “Jalan-Jalan Sore”.

